

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD/ potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2023-2027 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR), poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów oraz zasadach interpretacji kryteriów wyboru operacji używanych przez radę LGD, poinformowanie wnioskodawców oraz społeczność lokalną o wynikach konkursów, Informowanie o wdrażaniu LSR – bieżących/ planowanych działaniach/ zrealizowanych projektach, promowanie walorów turystycznych obszaru LGD oraz turystyki rowerowej, działania włączające społeczność lokalną we wdrażanie LSR, podsumowanie wdrażania strategii.

Opracowanie Planu komunikacji z lokalną społecznością jest działaniem, które włącza społeczność lokalną w realizację strategii oraz o informowaniu o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie. Planowane działania LGD sfinansowane są ze środków publicznych, są jawne oraz przejrzyste i nie budzą wątpliwości. Ponadto główne cele planu komunikacji, służą włączeniu osób w niekorzystnej sytuacji w proces wdrażania strategii na lata 2023-2027. Odpowiednia komunikacja ze społecznością lokalną pozwala zwiększyć zaangażowanie partnerów i interesariuszy w działania LGD.

Opis **działań komunikacyjnych i grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

- I. **Działanie komunikacyjne:** Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2023-2027; **grupy docelowe:** Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027, wszyscy potencjalni wnioskodawcy (przedsiębiorstwa, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji; **środki przekazu:** Internet, ulotki informacyjne przyjazne osobom niewidomym oraz starszym, poczta elektroniczna, kampania informacyjna nt. warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.
- II. **Działanie komunikacyjne:** Kampania informacyjna nt. warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.; **grupy docelowe:** Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027, wszyscy potencjalni wnioskodawcy (przedsiębiorstwa, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji; **środki przekazu:** szkolenia, telefon, kontakt bezpośredni, poczta elektroniczna, Internet.
- III. **Działanie komunikacyjne:** Informowanie nt. wyników konkursów; **grupy docelowe:** Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027, wnioskodawcy, **środki przekazu:** Internet.
- IV. **Działanie komunikacyjne:** kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działań realizowanych w ramach LSR; **grupy docelowe:** Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027, potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji; **środki przekazu:** lokalna prasa, Internet, ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców
- V. **Działanie komunikacyjne:** kampania promująca potencjał turystyczny obszaru LGD oraz turystykę rowerową; **grupy docelowe:** mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027, turyści spoza obszaru LGD, rowerzyści; **środki przekazu:** Internet.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

- VI. **Działanie komunikacyjne:** wspieranie działań aktywizujących w postaci konkursów/warsztatów/zajęć/wykładów/szkoleń dla osób z grup w niekorzystnej sytuacji, **grupy docelowe:** osoby będące w niekorzystnej sytuacji – kobiety, **środki przekazu:** internet
- VII. **Działania komunikacyjne:** wsparcie działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia/ kobiety (zajęcia edukacyjne, warsztaty, wizyty studyjne, wystawy, konferencje, konkursy); **grupy docelowe:** mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027, potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji; **środki przekazu:** Internet
- VIII. **Działania komunikacyjne:** kampania informująca o zrealizowanych operacjach/ projektach i podsumowująca cały okres wdrażania LSR; **grupy docelowe:** - Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027, beneficjenci; **środki przekazu:** Internet, formularz online na stronie LGD służący zgłaszaniu pomysłów związanych z realizacją LSR, lokalna prasa.

Powyższe działania komunikacyjne zaplanowane są w taki sposób, by społeczeństwo na bieżąco było informowane o działaniach LGD. Dzięki temu LGD będzie mogła uniknąć niskiego poparcia społecznego. Szereg działań informacyjnych, kampanii promujących i innych zaplanowanych narzędzi komunikacyjnych przyczynią się do zwiększenia zainteresowania mieszkańców realizacją LSR. Ich aktywne uczestnictwo sprawi, iż zwiększy się ich zadowolenie z działań LGD. W przypadku wystąpienia niższego poparcia społecznego wprowadzone zostaną specjalne działania, które będą miały na celu rozwiązanie niekorzystnego zjawiska. Warto wspomnieć, że wśród działań komunikacyjnych Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” są też takie, które pozwolą na bieżąco pozyskiwać opinie, uwagi, ocenę od społeczeństwa lokalnego i tym samym LGD będzie mogła odpowiednio wcześniej podjąć specjalne środki zapobiegawcze niskiemu poparciu społecznemu.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

- I. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** zamieszczenie 5 artykułów na stronach internetowych gmin członkowskich LGD, zamieszczenie min. 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA”, zamieszczenie min. 2 postów na Facebooku/Instagramie, wydruk i rozdysponowanie min. 500 ulotek z pismem Braille'a oraz czytelną wielkością czcionki dla seniorów w instytucjach znajdujących się na obszarze LSR; **efekty działania komunikacyjnego:** dotarcie do szerokiego grona odbiorców (mieszkańców/potencjalnych beneficjentów w tym do grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji), wzbudzenie zainteresowania mieszkańców nową LSR, zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR, promocja LSR
- II. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** opublikowanie 5 informacji na stronach gmin członkowskich LGD, organizacja minimum 1 szkolenia bądź webinaru (przed każdym konkursem), doradztwo telefoniczne, doradztwo bezpośrednie w siedzibie biura LGD, doradztwo udzielane elektronicznie, zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” (przed każdym konkursem), zamieszczenie min. 1 postu na Facebooku i Instagramie (przed każdym konkursem), przekazanie informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej informacji do minimum 3 głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (przed każdym konkursem), przekazanie informacji do minimum 2 Urzędów Pracy (przed każdym konkursem); **efekty działania komunikacyjnego:** poszerzenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców odnośnie warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji, zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR, wzrost zainteresowania wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LGD

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

- III. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA”, zamieszczenie 1 postu na Facebooku i Instagramie; **efekty działania komunikacyjnego:** zapoznanie z wynikami konkursów oraz realizowanymi projektami w ramach organizowanych naborów.
- IV. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** zamieszczenie min. 4 artykułów w lokalnej prasie, zamieszczenie min. 24 artykułów na stronie internetowej LGD, zamieszczenie min. 24 postów na Facebooku/Instagramie, liczba ankiet monitorujących (min. 4); **efekty działania komunikacyjnego:** zwiększenie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat działań realizowanych w ramach LSR, dotarcie do szerokiego grona potencjalnych wnioskodawców, bieżące monitorowanie wnioskodawców.
- V. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** - zamieszczenie min. 12 artykułów na stronie internetowej LGD promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD, zamieszczenie min. 12 artykułów w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram) promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD, zamieszczenie min. 5 postów promujących aktywną turystykę rowerową wykorzystując fanpage Slow Life&Slow Ride .; **efekty działania komunikacyjnego:** większa liczba turystów odwiedzających obszar LGD, promocja potencjału turystycznego obszaru LGD, wsparcie sektora turystycznego i okołoturystycznego.
- VI. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** organizacja min. 1 działania aktywizującego, **efekty działania komunikacyjnego:** aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji - kobiety
- VII. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** zgłoszenie min. 1 inicjatywy na pomysły społeczności lokalnej dotyczącej realizacji LSR skierowane poprzez stworzony na stronie LGD formularz online, liczba działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia: min. 1; **efekty działania komunikacyjnego:** aktywne włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR w tym grup docelowych LGD.
- VIII. **Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:** zamieszczenie 5 artykułów na stronie LGD, zamieszczenie 5 artykułów na stronach gmin członkowskich, opublikowanie 3 artykułów w lokalnej prasie; **efekty działania komunikacyjnego:** poinformowanie beneficjentów i mieszkańców obszaru LSR o efektach wdrażania środków unijnych.

Opis sposobu, w jaki będzie analizowana **efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu** (w tym tryb korygowania planu komunikacji).

Na każdym etapie planowanych działań analizowane będą efekty oraz skuteczność zastosowanych środków przekazu. Lokalna Grupa Działania będzie prowadziła ciągły monitoring oraz dokumentację potwierdzającą zrealizowane działania komunikacyjne, w tym ankiety monitorujące. Poprzez stały monitoring LGD będzie mogła ocenić czy prowadzone działania w ramach planu komunikacji realizują zamierzone efekty uwzględniając planowane środki przekazu. Biuro LGD przewidziało w planie komunikacji takie narzędzia, które pozwolą na uzyskanie informacji zwrotnej od grup docelowych poszczególnych działań komunikacyjnych. Jeśli okaże się, iż

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

realizowane działania komunikacyjne nie przynoszą zamierzonego efektu, możliwe będzie wdrożenie innych rozwiązań, np. wprowadzenie nowego, innowacyjnego środka przekazu. Plan komunikacji będzie korygowany przez Zarząd Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA”.

Indykatorywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Projekt oraz wydruk ulotek z pismem Braille'a oraz czytelną wielkością czcionki dla seniorów – **1000 euro**,

Koszty zamieszczenia artykułów w lokalnej prasie – **875 euro**

Koszt realizacji 4 działań aktywizujących (koszt organizacji działania – 2 500, euro) **10 000,00 euro**

działania zwiększające ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujące świadomość obywatelską/podnoszące świadomość ekologiczną aktywizujące seniorów/osoby młode do 25 roku życia (1500 euro rocznie) - **6 000,00 euro**

Plan komunikacji został ułożony w taki sposób, aby jego koszty w jak najmniejszym stopniu dotyczyły gadżetów reklamowych oraz publikacji wymagających druku. Nie jest to możliwe, aby całkowicie wykluczyć takowe koszty, ze względu na grupę docelową, jaką są osoby w niekorzystnej sytuacji. Wiele z osób starszych nadal nie posiada dostępu do Internetu, dlatego aby móc do nich skutecznie dotrzeć niezbędne są artykuły w prasie, czy ulotki z czcionką, która będzie dla nich czytelna. Ponadto, ulotki będą użyteczne dla osób niewidomych poprzez ich wydruk pismem Braille'a.

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz:
------------	-----------------	---------------------------------	---	-----------------	---	--	---

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

							EFROW, EFRR, EFS+).
2024	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD/potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2023-2027 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2023-2027	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027, - wszyscy potencjalni wnioskodawcy (przedsiębiorstwa, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- Internet - ulotki informacyjne przyjazne osobom niewidomym oraz starszym - poczta elektroniczna	- zamieszczenie 5 artykułów na stronach internetowych gmin członkowskich LGD - zamieszczenie min. 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” - zamieszczenie min. 2 postów na Facebooku/Instagramie - wydruk i rozdysponowanie min. 500 ulotek z pismem Braille'a oraz czytelną wielkością czcionki dla seniorów w instytucjach znajdujących się na obszarze LSR	- dotarcie do szerokiego grona odbiorców (mieszkańców/potencjalnych beneficjentów w tym do grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji) - wzbudzenie zainteresowania mieszkańców nową LSR. - zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR -promocja LSR	1000 euro EFROW Projekt oraz wydruk ulotek – 1000 euro
2024	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów oraz zasadach interpretacji kryteriów wyboru operacji	Kampania informacyjna nt. warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym	- szkolenia - telefon - kontakt bezpośredni - poczta elektroniczna - Internet	- opublikowanie 5 informacji na stronach gmin członkowskich LGD - organizacja minimum 1 szkolenia bądź webinaru (przed każdym konkursem) - doradztwo telefoniczne - doradztwo bezpośrednie w siedzibie biura LGD - doradztwo udzielane elektronicznie	- poszerzenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców odnośnie warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji. - zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR	150 euro – organizacja szkolenia/webinaru

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	używanych przez radę LGD		osoby będące w niekorzystnej sytuacji		<ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” (przed każdym konkursem) - zamieszczenie min. 1 postu na Facebooku i Instagramie (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej informacji do minimum 3 głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji do minimum 2 Urzędów Pracy (przed każdym konkursem) 	- wzrost zainteresowania wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LGD	
2024	Poinformowanie wnioskodawców oraz społeczność lokalną o wynikach konkursów	Informowanie nt. wyników konkursów	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - wnioskodawcy	- Internet	<ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” - zamieszczenie 1 postu na Facebooku i Instagramie 	-zapoznanie z wynikami konkursów oraz realizowanymi projektami w ramach organizowanych naborów	25 euro – wynagrodzenie pracownika przygotowującego artykuł
2024	Informowanie o wdrażaniu LSR – bieżących/planowanych	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działań	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027	- lokalna prasa - Internet	-zamieszczenie min. 4 artykułów w lokalnej prasie	- zwiększenie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat działań	125 euro EFRROW

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	działaniach/ zrealizowanych projektach.	realizowanych w ramach LSR	- potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- ankiety monitorujące skierowane do wnioskodaw ców	- zamieszczenie min. 12 artykułów na stronie internetowej LGD. - zamieszczenie min. 12 postów na Facebooku/Instagramie - liczba ankiet monitorujących (min. 4)	realizowanych w ramach LSR - dotarcie do szerokiego grona potencjalnych wnioskodawców - bieżące monitorowanie wnioskodawców	Koszty zamieszczenia artykułów w lokalnej prasie – 125 euro
2024	Promowanie walorów turystycznych obszaru LGD oraz turystyki rowerowej	Kampania promująca potencjał turystyczny obszaru LGD oraz turystykę rowerową	- mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023- 2027 - turyści spoza obszaru LGD - rowerzyści	- Internet	- zamieszczenie min. 6 artykułów na stronie internetowej LGD promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 6 artykułów w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram) promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 5 postów promujących aktywną turystykę rowerową wykorzystując fanpage Slow Life&Slow Ride	- większa liczba turystów odwiedzających obszar LGD - promocja potencjału turystycznego obszaru LGD - wsparcie sektora turystycznego i okoloturystycznego	100 euro – koszt wynagrodzenia pracownika zamieszczającego artykuły.
2024	Działania aktywizujące dla grupy w niekorzystnej	- Wspieranie działań aktywizujących w postaci konkursów/	Osoby będące w niekorzystnej sytuacji - kobiety	- Internet	- organizacja min. 1 działania aktywizującego	- aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji - kobiety	2 500,00 euro EFRROW

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	sytuacji - kobiety	warsztatów/ zajęć/ wykładów/ szkoleń dla osób z grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety					
2024	Działania włączające społeczność lokalną we wdrażanie LSR	- Wsparcie działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia (zajęcia edukacyjne, warsztaty, wizyty studyjne, wystawy, konferencje, konkursy).	Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- Internet - Formularz online na stronie LGD służący zgłaszaniu pomysłów związanych z realizacją LSR	- zgłoszenie min. 1 inicjatywy. -liczba działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia: min. 1	- aktywne włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR w tym grup docelowych LGD	1 500,00 euro EFRROW 1 500,00 euro rocznie na działania zwiększające ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujące świadomość obywatelską/podnoszące świadomość ekologiczną aktywizujące seniorów/osoby młode do 25 roku życia.
2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów oraz zasadach	Kampania informacyjna nt. warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje	- szkolenia - telefon - kontakt bezpośredni - poczta elektroniczna - Internet	- opublikowanie 5 informacji na stronach gmin członkowskich LGD - organizacja minimum 1 szkolenia bądź webinaru (przed każdym konkursem) - doradztwo telefoniczne	- poszerzenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców odnośnie warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.	150 euro – organizacja szkolenia/webinaru

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	interpretacji kryteriów wyboru operacji używanych przez radę LGD	kryteriów wyboru operacji.	publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji		<ul style="list-style-type: none"> - doradztwo bezpośrednie w siedzibie biura LGD - doradztwo udzielane elektronicznie - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” (przed każdym konkursem) - zamieszczenie min. 1 postu na Facebooku i Instagramie (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej informacji do minimum 3 głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji do minimum 2 Urzędów Pracy (przed każdym konkursem) 	<ul style="list-style-type: none"> - zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR - wzrost zainteresowania wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LGD 	
2025	Poinformowanie wnioskodawców oraz społeczność lokalną o wynikach konkursów	Informowanie nt. wyników konkursów	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - wnioskodawcy	- Internet	<ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” - zamieszczenie 1 postu na Facebooku i Instagramie 	-zapoznanie z wynikami konkursów oraz realizowanymi projektami w ramach organizowanych naborów	25 euro – wynagrodzenie pracownika przygotowującego artykuł

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<p>2025</p>	<p>Informowanie o wdrażaniu LSR – bieżących/planowanych działaniach/zrealizowanych projektach.</p>	<p>Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działań realizowanych w ramach LSR</p>	<p>-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.</p>	<p>- lokalna prasa - Internet - ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców</p>	<p>-zamieszczenie min. 4 artykułów w lokalnej prasie - zamieszczenie min. 24 artykułów na stronie internetowej LGD. - zamieszczenie min. 24 postów na Facebooku/Instagramie - liczba ankiet monitorujących (min. 4)</p>	<p>- zwiększenie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat działań realizowanych w ramach LSR - dotarcie do szerokiego grona potencjalnych wnioskodawców - bieżące monitorowanie wnioskodawców</p>	<p>125 euro EFRROW Koszty zamieszczenia artykułów w lokalnej prasie – 125 euro</p>
<p>2025</p>	<p>Promowanie walorów turystycznych obszaru LGD oraz turystyki rowerowej</p>	<p>Kampania promująca potencjał turystyczny obszaru LGD oraz turystykę rowerową</p>	<p>- mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - turyści spoza obszaru LGD - rowerzyści</p>	<p>- Internet</p>	<p>- zamieszczenie min. 12 artykułów na stronie internetowej LGD promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 12 artykułów w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram) promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 5 postów promujących aktywną turystykę rowerową wykorzystując fanpage Slow Life&Slow Ride</p>	<p>- większa liczba turystów odwiedzających obszar LGD - promocja potencjału turystycznego obszaru LGD - wsparcie sektora turystycznego i okołoturystycznego</p>	<p>100 euro – koszt wynagrodzenia pracownika zamieszczającego artykuły.</p>

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<p>2025</p>	<p>Działania aktywizujące dla grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety</p>	<p>- Wspieranie działań aktywizujących w postaci konkursów/ warsztatów/ zajęć/ wykładów/ szkoleń dla osób z grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety</p>	<p>Osoby będące w niekorzystnej sytuacji - kobiety</p>	<p>- Internet</p>	<p>- organizacja min. 1 działania aktywizującego</p>	<p>- aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji - kobiety</p>	<p>2 500,00 euro EFROW</p>
<p>2025</p>	<p>Działania włączające społeczność lokalną we wdrażanie LSR</p>	<p>- Wsparcie działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia (zajęcia edukacyjne, warsztaty, wizyty studyjne, wystawy, konferencje, konkursy).</p>	<p>Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.</p>	<p>- Internet - Formularz online na stronie LGD służący zgłaszaniu pomysłów związanych z realizacją LSR</p>	<p>- zgłoszenie min. 1 inicjatywy. -liczba działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia: min. 1</p>	<p>- aktywne włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR w tym grup docelowych LGD</p>	<p>1 500,00 euro EFROW</p> <p>1 500,00 euro rocznie na działania zwiększające ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujące świadomość obywatelską/podnoszące świadomość ekologiczną aktywizujące seniorów/osoby młode do 25 roku życia.</p>
<p>2026</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i</p>	<p>Kampania informacyjna nt. warunków, sposobów</p>	<p>-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027</p>	<p>- szkolenia - telefon - kontakt bezpośredni</p>	<p>- opublikowanie 5 informacji na stronach gmin członkowskich LGD</p>	<p>- poszerzenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców odnośnie warunków, sposobów</p>	<p>150 euro – organizacja szkolenia/webinaru</p>

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	<p>sposobach realizacji i rozliczania projektów oraz zasadach interpretacji kryteriów wyboru operacji używanych przez radę LGD</p>	<p>realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.</p>	<p>- potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- poczta elektroniczna - Internet</p>	<p>- organizacja minimum 1 szkolenia bądź webinaru (przed każdym konkursem) - doradztwo telefoniczne - doradztwo bezpośrednie w siedzibie biura LGD - doradztwo udzielane elektronicznie - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” (przed każdym konkursem) - zamieszczenie min. 1 postu na Facebooku i Instagramie (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej informacji do minimum 3 głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji do minimum 2 Urzędów Pracy (przed każdym konkursem)</p>	<p>realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji. - zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR - wzrost zainteresowania wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LGD</p>	
<p>2026</p>	<p>Poinformowanie wnioskodawców oraz społeczność</p>	<p>Informowanie nt. wyników konkursów</p>	<p>-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027</p>	<p>- Internet</p>	<p>- zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy</p>	<p>-zapoznanie z wynikami konkursów oraz realizowanymi projektami</p>	<p>25 euro – wynagrodzenie pracownika</p>

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	lokalną o wynikach konkursów		- wnioskodawcy		Działania „E.O.CENOMA” - zamieszczenie 1 postu na Facebooku i Instagramie	w ramach organizowanych naborów	przygotowującego artykuł
2026	Informowanie o wdrażaniu LSR – bieżących/ planowanych działaniach/ zrealizowanych projektach.	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działań realizowanych w ramach LSR	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- lokalna prasa - Internet - ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców	-zamieszczenie min. 4 artykułów w lokalnej prasie - zamieszczenie min. 24 artykułów na stronie internetowej LGD. - zamieszczenie min. 24 postów na Facebooku/Instagramie - liczba ankiet monitorujących (min. 4)	- zwiększenie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat działań realizowanych w ramach LSR - dotarcie do szerokiego grona potencjalnych wnioskodawców - bieżące monitorowanie wnioskodawców	125 euro EFRROW Koszty zamieszczenia artykułów w lokalnej prasie – 125 euro
2026	Promowanie walorów turystycznych obszaru LGD oraz turystyki rowerowej	Kampania promująca potencjał turystyczny obszaru LGD oraz turystykę rowerową	- mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - turyści spoza obszaru LGD - rowerzyści	- Internet	- zamieszczenie min. 12 artykułów na stronie internetowej LGD promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 12 artykułów w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram) promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 5 postów promujących aktywną turystykę	- większa liczba turystów odwiedzających obszar LGD - promocja potencjału turystycznego obszaru LGD - wsparcie sektora turystycznego i okołoturystycznego	100 euro – koszt wynagrodzenia pracownika zamieszczającego artykuły.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					rowerową wykorzystując fanpage Slow Life&Slow Ride		
2026	Działania aktywizujące dla grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety	- Wspieranie działań aktywizujących w postaci konkursów/ warsztatów/ zajęć/ wykładów/ szkoleń dla osób z grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety	Osoby będące w niekorzystnej sytuacji - kobiety	- Internet	- organizacja min. 1 działania aktywizującego	- aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji - kobiety	2 500,00 euro EFROW
2026	Działania włączające społeczność lokalną we wdrażanie LSR	- Wsparcie działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia (zajęcia edukacyjne, warsztaty, wizyty studyjne, wystawy, konferencje, konkursy).	Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- Internet - Formularz online na stronie LGD służący zgłaszaniu pomysłów związanych z realizacją LSR	- zgłoszenie min. 1 inicjatywy. -liczba działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia: min. 1	- aktywne włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR w tym grup docelowych LGD	1 500,00 euro EFROW 1 500,00 euro rocznie na działania zwiększające ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujące świadomość obywatelską/podnoszące świadomość ekologiczną aktywizujące seniorów/osoby młode do 25 roku życia.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<p>2027</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów oraz zasadach interpretacji kryteriów wyboru operacji używanych przez radę LGD</p>	<p>Kampania informacyjna nt. warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji.</p>	<p>-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- szkolenia - telefon - kontakt bezpośredni - poczta elektroniczna - Internet</p>	<p>- opublikowanie 5 informacji na stronach gmin członkowskich LGD - organizacja minimum 1 szkolenia bądź webinaru (przed każdym konkursem) - doradztwo telefoniczne - doradztwo bezpośrednie w siedzibie biura LGD - doradztwo udzielane elektronicznie - zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” (przed każdym konkursem) - zamieszczenie min. 1 postu na Facebooku i Instagramie (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej informacji do minimum 3 głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (przed każdym konkursem) - przekazanie informacji do minimum 2 Urzędów Pracy (przed każdym konkursem)</p>	<p>- poszerzenie wiedzy potencjalnych wnioskodawców odnośnie warunków, sposobów realizacji oraz rozliczania projektów, zasad oceniania oraz kryteriów wyboru operacji. - zachęcenie mieszkańców do włączenia się w proces wdrażania LSR - wzrost zainteresowania wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LGD</p>	<p>150 euro – organizacja szkolenia/webinaru</p>
-------------	---	--	---	--	---	--	---

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2027	Poinformowanie wnioskodawców oraz społeczność lokalną o wynikach konkursów	Informowanie nt. wyników konkursów	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - wnioskodawcy	- Internet	- zamieszczenie 1 artykułu na stronie internetowej Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” - zamieszczenie 1 postu na Facebooku i Instagramie	-zapoznanie z wynikami konkursów oraz realizowanymi projektami w ramach organizowanych naborów	25 euro – wynagrodzenie pracownika przygotowującego artykuł
2027	Informowanie o wdrażaniu LSR – bieżących/ planowanych działaniach/ zrealizowanych projektach.	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działań realizowanych w ramach LSR	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- lokalna prasa - Internet - ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców	-zamieszczenie min. 4 artykułów w lokalnej prasie - zamieszczenie min. 24 artykułów na stronie internetowej LGD. - zamieszczenie min. 24 postów na Facebooku/Instagramie - liczba ankiet monitorujących (min. 4)	- zwiększenie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat działań realizowanych w ramach LSR - dotarcie do szerokiego grona potencjalnych wnioskodawców - bieżące monitorowanie wnioskodawców	125 euro EFRROW Koszty zamieszczenia artykułów w lokalnej prasie – 125 euro
2027	Promowanie walorów turystycznych obszaru LGD oraz turystyki rowerowej	Kampania promująca potencjał turystyczny obszaru LGD oraz turystykę rowerową	- mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata 2023-2027 - turyści spoza obszaru LGD - rowerzyści	- Internet	- zamieszczenie min. 12 artykułów na stronie internetowej LGD promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 12 artykułów w mediach społecznościowych (Facebook/Instagram)	- większa liczba turystów odwiedzających obszar LGD - promocja potencjału turystycznego obszaru LGD - wsparcie sektora turystycznego i okołoturystycznego	100 euro – koszt wynagrodzenia pracownika zamieszczającego artykuły.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					promujących atrakcje turystyczne obszaru LGD - zamieszczenie min. 5 postów promujących aktywną turystykę rowerową wykorzystując fanpage Slow Life&Slow Ride		
2027	Działania aktywizujące dla grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety	- Wspieranie działań aktywizujących w postaci konkursów/ warsztatów/ zajęć/ wykładów/ szkoleń dla osób z grupy w niekorzystnej sytuacji - kobiety	Osoby będące w niekorzystnej sytuacji - kobiety	- Internet	- organizacja min. 1 działania aktywizującego	- aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji - kobiety	2 500,00 euro EFRROW
2027	Działania włączające społeczność lokalną we wdrażanie LSR	- Wsparcie działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia (zajęcia edukacyjne,	Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - potencjalni wnioskodawcy (osoby fizyczne, przedsiębiorcy, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, rolnicy) w tym osoby będące w niekorzystnej sytuacji.	- Internet - Formularz online na stronie LGD służący zgłaszaniu pomysłów związanych z realizacją LSR	- zgłoszenie min. 1 inicjatywy. -liczba działań zwiększających ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujących świadomość obywatelską/podnoszących świadomość ekologiczną aktywizujących seniorów/osoby młode do 25 roku życia: min. 1	- aktywne włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR w tym grup docelowych LGD	1 500,00 euro EFRROW 1 500,00 euro rocznie na działania zwiększające ofertę kulturalno-edukacyjną, kształtujące świadomość obywatelską/podnoszące świadomość ekologiczną aktywizujące seniorów/osoby

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		warsztaty, wizyty studyjne, wystawy, konferencje, konkursy).					młode do 25 roku życia.
2029 rok	Podsumowanie wdrażania strategii	Kampania informująca o zrealizowanych operacjach/ projektach i podsumowująca cały okres wdrażania LSR	-Mieszkańcy obszaru objętego LSR na lata, 2023-2027 - Beneficjenci	-Internet - Lokalna prasa	- Zamieszczenie 5 artykułów na stronie LGD -Zamieszczenie 5 artykułów na stronach gmin członkowskich -Opublikowanie 3 artykułów w lokalnej prasie	- poinformowanie beneficjentów i mieszkańców obszaru LSR o efektach wdrażania środków unijnych	375 euro EFROW Koszty publikacji artykułów w lokalnej prasie